

PENGARUH *SHOPPING ORIENTATION*, *ONLINE TRUST*, DAN *PRIOR ONLINE PURCHASE EXPERIENCE* TERHADAP *ONLINE PURCHASE INTENTION* (STUDI PADA *ONLINE SHOP HIJABI HOUSE*)

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Administrasi Bisnis Program Studi S1 Administrasi Bisnis

Disusun oleh:

Nurul Azifah

1203120033



FAKULTAS KOMUNIKASI DAN BISNIS

UNIVERSITAS TELKOM

BANDUNG

2016